

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen Usaha Kipang H. Anas berdasarkan aspek demografi yaitu konsumen yang membeli produk Kipang H. Anas didominasi oleh pembeli perempuan yang berada pada usia lebih dari 35 tahun, sudah menikah, bekerja sebagai pegawai, memiliki anggota keluarga lebih dari 4 orang, berpendidikan S1, memiliki pendapatan lebih dari 3 juta perbulan, serta berdomisili di Kota Padang. Berdasarkan aspek konsumen, konsumen rata-rata melakukan pembelian sekali dalam sebulan dengan jumlah pembelian 2-5 bungkus disetiap transaksi, dapat mengunjungi *outlet* Kipang H. Anas pada hari kerja maupun hari libur dengan waktu kunjungan dominan terjadi pada sore hari, telah mengonsumsi kipang selama lebih dari satu tahun, dikonsumsi sebagai camilan di rumah, pertama kali mengenal produk melalui keluarga atau kerabat, dan perilaku pembelian juga didorong oleh keluarga atau kerabat. Alasan utama konsumen membeli produk kipang adalah karena rasa kipang yang enak dan sesuai dengan selera mereka.
2. Tingkat kepuasan konsumen pada Usaha Kipang H. Anas berdasarkan nilai CSI sebesar 84,84% atau 0,84 yang artinya berada pada kriteria sangat puas. Berdasarkan hasil analisis IPA, atribut yang memuaskan bagi konsumen antara lain cita rasa produk, ketersediaan produk, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kebersihan *outlet* penjualan, pelayanan di *outlet* penjualan, serta ketersediaan metode pembayaran. Sedangkan atribut yang perlu untuk ditingkatkan yaitu atribut kemasan produk kipang dan lokasi *outlet* mudah dicari.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Usaha Kipang H. Anas diharapkan mampu mempertahankan kinerja atribut usaha yang dinilai sangat baik kinerjanya dan dianggap penting oleh

konsumen, antara lain yaitu atribut cita rasa produk, ketersediaan produk, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kebersihan *outlet* penjualan, pelayanan di *outlet* penjualan, serta ketersediaan metode pembayaran.

2. Peneliti menyarankan agar Usaha Kipang H. Anas melakukan perbaikan dan perlu meningkatkan beberapa atribut yang berada di kuadran I yaitu kemasan produk kipang dan lokasi outlet mudah dicari, karena kedua atribut tersebut memiliki kinerja yang rendah dan dianggap sangat penting oleh konsumen. Pada kemasan produk, disarankan untuk memperbaiki desain serta mencantumkan informasi penting, seperti kode produksi, tanggal kadaluarsa, komposisi bahan, dan isian produk agar memberi kemudahan bagi konsumen. Selain itu, pada lokasi usaha perlu dipastikan bahwa titik koordinat *outlet* sesuai dengan pencarian di aplikasi Google Maps agar konsumen lebih mudah menemukan lokasi usaha.

